

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Peranan sektor pertanian dalam pembangunan nasional sangat penting karena sektor ini mampu menyerap sumber daya yang paling besar dan memanfaatkan sumber daya yang ada sebagai sumber pendapatan mayoritas penduduk Indonesia. Pembangunan dan perubahan struktur ekonomi tidak dapat dipisahkan dari sektor agroindustri dan agribisnis. Sektor agribisnis sangat ditentukan oleh kondisi agroindustri dalam masa sekarang dan masa yang akan datang dan pada akhirnya akan mempengaruhi struktur ekonomi secara keseluruhan di masa mendatang (soekartawi, 2000).

Pemerintah Indonesia pada tahun 2015-2019 memfokuskan pembangunan pertanian pada pengolahan produk pangan. Pengolahan akan menasar lima kelompok komoditas pangan, yakni pangan utama, andalan ekspor, produk potensial ekspor, substitusi impor, dan produk pangan khusus. Pisang merupakan salah satu komoditas yang masuk dalam lima kelompok komoditas pangan yaitu pangan potensial ekspor. Besarnya produksi, luas panen dan produktivitas komoditas ini dibandingkan dengan komoditas buah lainnya mengakibatkan buah pisang menjadi tanaman unggulan di Indonesia. Data produksi, luas panen dan produktivitas komoditas buah pisang dapat dilihat pada Lampiran 1.

Meski menjadi tanaman unggulan, pengelolaan pisang masih sebatas tanaman pekarangan atau perkebunan rakyat yang kurang dikelola secara intensif. Penanaman pisang berskala besar telah dilakukan di beberapa tempat antara lain di pulau Halmahera (Maluku Utara), Lampung, Mojokerto (Jawa Timur), dan beberapa tempat lainnya, sehingga Indonesia pernah menjadi pengekspor pisang dengan volume mencapai lebih dari 100.000 ton pada tahun 1996, tetapi pada tahun-tahun berikutnya volume ekspor tersebut terus menurun dan mencapai titik terendah pada tahun 2004 yaitu hanya 27 ton (Badan Litbang Pertanian, 2005).

Semakin meningkatnya jumlah penduduk Indonesia dan tingkat kesadaran masyarakat akan pentingnya mengkonsumsi buah-buahan diharapkan akan meningkatkan konsumsi buah pisang, sehingga kebutuhan akan buah ini akan terus meningkat. Selain mengkonsumsi buah secara segar, pisang juga dapat

diolah untuk memberikan pilihan bagi masyarakat dalam mengkonsumsi buah ini dan mengatasi sifat dari produk pertanian yang bersifat berat (*bulky*), mengambil banyak tempat (*voluminous*) dan cepat atau mudah rusak (*perishable*). Pengolahan buah pisang dapat diolah baik dalam skala industri rumah tangga seperti keripik, getuk dan sale, maupun industri berskala besar seperti tepung, *puree* dan *jam*.

Sektor industri termasuk usaha kecil menengah (UKM) merupakan sektor yang mempunyai peranan strategis untuk mendorong pertumbuhan ekonomi seperti peningkatan nilai tambah, penyerapan tenaga kerja, serta meningkatkan devisa. Untuk mencapai daya saing yang tinggi pada pasar dalam negeri maupun ekspor, perlu dilakukan upaya transformasi keunggulan kompetitif melalui peningkatan produktifitas (Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan Sumatera Barat, 2015).

Industri kecil adalah badan usaha yang menjalankan proses produksi untuk menghasilkan barang dan jasa dalam skala kecil. Apabila dilihat dari sifat dan bentuknya, maka industri kecil bercirikan : 1) berbasis pada sumber daya lokal sehingga dapat memanfaatkan potensi secara maksimal dan memperkuat kemandirian; 2) dimiliki dan dilaksanakan oleh masyarakat lokal sehingga mampu mengembangkan sumber daya manusia; 3) menerapkan teknologi lokal (*indigenous technology*) sehingga dapat dikembangkan oleh tenaga lokal; dan 4) tersebar dalam jumlah yang banyak sehingga merupakan alat pemerataan pembangunan yang efektif (Soerkatawi, 2000).

Kota Padang merupakan salah satu daerah yang memiliki industri olahan pisang berskala industri kecil. Pada daerah ini terdapat banyak komoditas buah pisang. Pada tahun 2016 jumlah produksi pisang kota padang sebanyak 4.774 ton. hasil per hektar dan produksi buah pisang selengkapnya pada Lampiran 2.

Menjadi komoditas paling banyak dibudidayakan khusus nya di Sumatera Barat membuat tumbuhnya industri olahan pisang sebagai macam produk, salah satunya yaitu olahan Pisang goreng Crispy. Makanan ini sangat di gemari oleh masyarakat di kota Padang dengan berbagai macam varian rasa. Pisang jantan merupakan bahan baku yang digunakan untuk memproduksi olahan Pisang Crispy. Penggunaan pisang kepok dalam pembuatan pisang crispy karena jenis pisang ini memiliki rasa yang manis dan aroma yang harum dibandingkan buah

pisang lainnya, memiliki ukuran yang sedang yaitu tidak terlalu besar ataupun terlalu kecil serta memiliki tekstur lebih lembut ketika dimakan. Pada tahun 2017 jumlah produksi pisang di Sumatera Barat sebanyak 143.795.80 ton. selengkapnya di Lampiran 3.

Pelayanan juga merupakan salah satu faktor yang digunakan sebagai strategi bersaing yaitu melalui kepuasan konsumen. Layanan adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produk layanan bisa berhubungan dengan produk fisik maupun tidak (Simamora, 2000).

Secara umum yang termasuk industri kecil adalah industri yang berskala kecil dan industri mikro. Berdasarkan definisi atau klasifikasi Badan Pusat Statistik (BPS), perbedaan antara industri kecil dan industri mikro adalah pada jumlah tenaga kerja. Industri mikro adalah unit usaha (*establishment*) dengan jumlah pekerja 1 hingga 4 orang, yang kebanyakan adalah anggota keluarga (*family worker*) yang tidak dibayar dari pemilik usaha atau pengusaha itu sendiri. Kegiatan industri tanpa tenaga kerja, yang disebut *self employment*, juga termasuk dalam kelompok industri rumah tangga. Industri kecil adalah unit usaha dengan jumlah pekerja antara 5 hingga 9 orang yang sebagian besar adalah pekerja yang dibayar (*wage labourers*) (Tambunan, 2012: 2).

Kualitas pelayanan adalah segala sesuatu yang ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan yang menciptakan dan memberikan manfaat bagi pelanggan pada waktu dan tempat tertentu, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi, informasi dan ide. Dari pendapat yang dikemukakan di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan juga memiliki peranan penting karena kualitas pelayanan adalah hal pertama yang dinilai konsumen dan menjadikan suatu pengalaman yang dapat menarik pelanggan potensial apabila mereka merasa terpuaskan dengan pelayanan tersebut.

Menurut Engel *et al* (2006), perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam pemerolehan, pengonsumsi, dan penghabisan produk/ jasa, termasuk proses yang mendahului dan menyusul tindakan ini. Schiffman dan Kanuk (2002) mendefinisikan perilaku konsumen sebagai perilaku yang

diperlihatkan konsumen untuk mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka.

Menurut Kotler (2009) kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa yang berasal dari perbandingan antara kesan terhadap kinerja suatu produk dan harapannya. Kepuasan konsumen pada suatu produk akan mendorong terjadinya sikap positif sehingga terjadi pembelian ulang dan apabila kepuasan berlanjut akan terbentuk sebuah loyalitas pada suatu produk. Salah satu bentuk strategi pemasaran yang mampu mendukung dalam memasarkan produk, untuk menciptakan kepuasan konsumen adalah penggunaan bauran pemasaran yang meliputi, *product, price, place, dan promotion* (Darmayana, 2005:144).

Faktor kualitas pelayanan untuk memuaskan keinginan konsumen memegang peranan penting dalam mengukur kepuasan pelanggan. Kemampuan perusahaan dalam memahami kebutuhan pelanggan dengan memberikan produk dan pelayanan yang berkualitas menjadi salah satu cara yang bermanfaat dalam meningkatkan jumlah pelanggan bagi perusahaan. Secara umum tingkat kepuasan konsumen tergantung akan mutu dan kualitas pelayanan yang diterima oleh konsumen.

Maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada usaha pisang crispy pikepy owaik. Karena peneliti ingin melihat bagaimana tingkat kepuasan konsumen pada usaha pisang crispy pikepy owaik.

B. Rumusan masalah

Peluang usaha pada saat ini menjadi daya tarik bagi kalangan anak muda yang kreatif untuk melakukan usaha atau berbisnis di bidang kuliner. Salah satunya ialah usaha makanan pisang Crispy yang bernama Pikepy Owaik. Pikepy adalah singkatan dari Pisang Crispy Kekinian. Usaha pisang Crispy berdiri pada tahun 2016 didirikan oleh Bapak Hendra Lesmana seorang tamatan sarjana hukum lulusan Universitas Eka Sakti kota Padang. Pisang crispy Pikepy Owaik adalah hasil dari olahan pisang menjadi gorengan Pisang Crispy dengan varian rasa yang berbeda-beda yang beralamat di Jalan S.Parman No 162 , Lolong Belanti, Padang Utara, Kota Padang, Sumatera Barat. Peta lokasi dapat dilihat Pada Lampiran 4.

Berawal dari kesukaan pemilik usaha terhadap pisang, muncul lah ide untuk membuat suatu inovasi baru selain pisang hanya bisa di goreng dengan tepung namun juga bisa di campur dengan 17 varian rasa toping lainnya yang bisa membuat rasanya lebih enak dari pisang goreng biasa. Pisang yang digunakan yaitu Pisang Kepok. Karena, menurut pemilik usaha Pisang Crispy rasa pisang kepok ini pisang yang paling cocok untuk pisang goreng dan juga enak serta sesuai dengan selera konsumen. Penentuan lokasi usaha yang tepat tentu akan berpengaruh kepada keberhasilan usaha tersebut. Menurut Kotler dan amstrong (2014:76) lokasi merupakan segala sesuatu yang menampilkan berbagai aktivitas bisnis agar membuat produk gampang diperoleh oleh konsumen dan selalu senantiasa ada. Menurut sumarwan (2011: 280) bahwa lokasi sebuah usaha akan sangat mempegaruhi kemauan konsumen untuk datang dan berbelanja.

Pikepy (Pisang Crispy kekinian) adalah Salah satu produk dari Pisang keju yang banyak dijual orang di penggiralan jalan, namun pemilik usaha Pikepy bapak Hendra Lesmana melakukan suatu inovasi pada produk Pisang keju ini. Pemilik usaha melakukan inovasi dimana Pisang keju di berikan varian rasa yang lebih banyak dari Pisang Keju biasa, mulai dari varian rasa Keju, Coklat, Green tea, dan lainnya. Pemilik usaha juga melakukan penjualan dengan menyewa Toko untuk tempat penjualan. Menurut pemilik usaha hal inilah yang membuat Pikepy berbeda dengan Pisang keju lainnya sehingga peminat Pisang Crispy pikepy Owaik lebih banyak di banding Produk pesaing.

Melihat tingginya minat pembeli pada Pisang Crispy Pikepy Owaik ini, pemilik usaha pun melakukan pembukaan cabang dan sekarang sudah mempunyai 4 cabang usaha. Pertama, di Jl. S,Parman No. 162 Lolong. kedua, Jl Mangunsarkoro No.3A, Simp. Adabiah Jati. ketiga , Jl. Prof.Hamka, kab. Pasaman Barat. Keempat di Jalan Andalas. Penulis melakukan penelitian di Pikepy Owaik kota padang karena 3 dari 4 cabang nya berada di kota padang serta konsumen nya lebih banyak di kota padang dan juga usaha Pisang Crispy Pikepy Owaik ini sudah cukup terkenal di Kota Padang. Hingga tahun 2020 ini sudah ada sekitar 20 unit usaha Pisang Crispy atau Pisang keju di Kota Padang, tentu ini akan menjadi pesaing bagi Usaha Pikepy Owaik sendiri. Untuk informasi jumlah unit usaha *Pisang Crispy* di Kota Padang, dapat dilihat pada Lampiran 5.

Usaha Pisang Crispy Pikepy Owaik memiliki 4 tenaga kerja yang terdiri dari 4 orang tenaga kerja dalam keluarga. Berdasarkan pengelompokan jumlah tenaga kerja yang dimiliki oleh perusahaan yang dikeluarkan oleh Badan Pusat Statistik (2013), maka usaha pisang crispy pikepy owaik termasuk dalam kategori industri mikro dan usaha keluarga. Usaha pisang Crispy Pikepy Owaik yang sudah berdiri sejak tahun 2016 ini mengalami perkembangan dari awal berdiri hingga saat ini. Modal awal yang digunakan usaha ini untuk 1 buah cabang yaitu sekitar Rp. 15.000.000,-. Untuk penjualan 1 hari bisa terjual 25-30 porsi dengan harga jual Rp 10.000,-/porsi. Namun pada 2019 ada perubahan harga dari 2016 yang hanya di jual 1 porsi Rp 10.000 pada tahun 2019 di jual harga Rp. 15.000-17.000. Untuk target pasar, usaha ini menargetkan pasar pada kalangan muda seperti mahasiswa dan anak sekolah.

Pada awal tahun penjualan, prospek penjualan usaha ini cukup baik karena memiliki pemasaran yang bagus. Pada pemasaran dan promosi nya usaha Pisang Crispy ini dilakukan melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, dan bekerjasama dengan Gojek untuk mempermudah pelanggan dalam membeli produk ini. Awalnya produk hanya dijual di Kota Padang saja pada tahun 2016 dengan satu cabang di Jl. S,Parman No. 162 Lolong. Namun pada tahun 2018 bertambah 2 cabang lagi di Jl Mangunsarkoro No.3A, Simp. Adabiah Jati dan Pasaman Barat di Jl. Prof.Hamka. Karena pengusaha pisang crispy itu sendiri berasal dari Pasaman Barat maka di buat cabang di Pasaman Barat. Pada bulan Januari 2019 di buka lagi satu cabang di Kota Padang di Jalan Andalas. Alasan dibuka satu cabang lagi karena meningkatnya penjualan Pisang Crispy Pikepy Owaik ini. Namun setelah dilakukan pembukaan cabang ke 4, belakangan ini penjualannya pisang Crispy Pikepy Owaik ini mulai menurun.

Berdasarkan penjelasan pemilik usaha yang biasanya rata-rata penjualan tiap outlet Rp.5.000.000 perbulan. Pada bulan januari 2019 total pendapatan pada outlet Lolong belanti Rp. 5.390.000 dan oulet Adabiah Jati Rp. 4.000.000 perbulan. Pada bulan februari total pendapatan di outlet Lolong belanti Rp. 4.252.000 dan pada outlet Adabiah Jati Rp. 3.813.000 perbulan. Pada bulan mei pada outlet Long belanti Rp. 2.768.000 dan Pada Outlet Adabiah Jati Rp 3.259.000 perbulan dan pada bulan juli total penjualan pada outlet Lolong belanti

Rp. 1.414.000 dan pada outlet Adabiah Jati Rp 890.000 perbulan. Dapat dikatakan bahwa penjualan pada setiap outlet perbulan mengalami penurunan yang sangat jauh dengan rata-rata penjualan Rp.1.400.000 perbulan (Lampiran 6).

Berdasarkan penjelasan diatas, banyaknya pesaing usaha Pisang Crispy ini di kota padang, maka memaksa usaha Pisang Crispy Pikepy Owaik untuk mempertahankan konsumen dan terus berupaya untuk meningkatkan penjualan.

Untuk tetap mempertahankan pelanggan yang lama dan menambah pelanggan yang baru dilakukan penelitian tentang tingkat kepuasan konsumen. Setelah dilakukan penelitian tingkat kepuasan konsumen diharapkan dapat membantu pemilik usaha Pisang Crispy Pikepy Owaik dalam mengevaluasi posisi perusahaan dengan perusahaan pesaing. Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat membantu pemilik usaha dalam melihat dari atribut mana yang perlu dipertahankan, diperbaiki serta di tingkatkan kepuasan konsumen pada usaha ini dan mengetahui atribut mana yang telah dirasa puas oleh konsumen dan atribut mana yang belum dirasa puas oleh konsumen, yang secara langsung juga akan mempengaruhi prospek penjualan. Hal ini diakibatkan dari adanya berbagai pertimbangan dari konsumen yang mana tidak hanya dari aspek rasa, harga tetapi juga bagaimana kualitas pelayanan dan fasilitas yang diberikan. Oleh karena itu perlu dilakukan riset yang berjudul **ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP MAKANAN PISANG CRISPY PIKEPY OWAIK DI KOTA PADANG**

Berdasarkan hasil survei, latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka penulis melakukan penelitian dengan rumusan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana karakteristik konsumen pisang Crispy Pikepy Owaik di kota Padang?
2. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen pisang Crispy Pikepy Owaik di kota Padang ?

C. Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini, yaitu:

1. Mendeskripsikan karakteristik konsumen pisang Crispy Pikepy Owaik di kota Padang

2. Menganalisis tingkat kepuasan konsumen pisang Crispy Pikepy Owaik di kota Padang.

D. Manfaat penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat dan masukan bagi pihak - pihak diantaranya :

1. Menambah wawasan dan pengetahuan mengenai kepuasan konsumen.
2. Penelitian ini dapat dijadikan masukan dan bahan evaluasi dalam perumusan strategi dan memberikan informasi karakteristik konsumen yang akan memberikan dampak positif terhadap tingkat kepuasan konsumen, penjualan dan laba perusahaan.
3. Menambah pengetahuan ataupun dijadikan sebagai bahan perbandingan dan acuan dalam melakukan penelitian selanjutnya.

